



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
**FACULTAD DE ARTES**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

TÍTULO DE TESIS:

**DISEÑO DE PACKAGING PARA CAFÉ**

AUTOR:

**ÁNGEL JAVIER ORTUÑO SAMANIEGO**

DIRECTOR:

**SANTIAGO XAVIER MERCHÁN SÁNCHEZ**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
DISEÑADOR GRÁFICO**

**CUENCA – ECUADOR  
2013**

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo es la presentación de una propuesta de diseño de un envase para la distribución de café por parte de la microempresa “Café de Ñucallacta”, que actualmente no cuenta con envases apropiados para que el producto llegue al consumidor en excelentes condiciones.

Mediante la recopilación de datos, tanto del producto como del envase, y con su respectivo análisis, se expone que los materiales propuestos son el aluminio y el papel craft, que además de ser materiales livianos, el aluminio cumple con los requisitos de impermeabilidad, resistencia, durabilidad y flexibilidad, y como gráfica se incluyeron elementos significativos del producto, obteniendo una presentación llamativa a un precio económico, cumpliendo de esta manera la función primordial de un envase que es la de proteger, guardar, conservar e identificar al producto que contiene, así como facilitar su manejo, transportación y comercialización.

## ABSTRACT

The objective of this project is the proposal of a design for a coffee packaging, the coffee is distributed by the small business "Café de Ñucallacta", which currently lacks proper packaging so that the product reaches the consumer in excellent condition.

By collecting data, both the product and the packaging, and their analysis, it is stated that the proposed materials are aluminum and craft paper, in addition to being lightweight the materials meet the requirements of impermeability, strength, durability and flexibility, and significant elements of the product were included in the graphic, resulting in a striking presentation at an affordable price, thus fulfilling the primary function of a package which is to protect, save, preserve and identify the product it contains, as well as to provide easy handling, transportation and marketing.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	ii
ABSTRACT.....	iii
INTRODUCCIÓN.....	vii
CAPÍTULO I: EL CAFÉ.....	2
1.1 DEFINICIÓN .....	2
1.2 CARACTERÍSTICAS .....	2
1.3 TIPOS - CAFÉS ESPECIALES .....	3
CAPÍTULO II: EL ENVASE.....	7
2.1 DEFINICIÓN.....	7
2.2 CARACTERÍSTICAS.....	7
2.3 MATERIALES .....	9
2.4 EL COLOR.....	10
CAPÍTULO III: PROCESO DE DISEÑO .....	13
3.1 ANÁLISIS .....	13
3.2 BOCETAJE .....	16
3.3 APLICACIÓN.....	27
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	31
4.1 CONCLUSIONES .....	31
4.2 RECOMENDACIONES .....	32
BIBLIOGRAFÍA.....	33
ANEXOS .....	35
ANEXO 1. BOCETOS DE ILUSTRACIONES .....	35
ANEXO 2. REGISTRO FOTOGRÁFICO. ....	36
ANEXO 3. REFERENTE DE PRECIOS.....	39



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Ángel Javier Ortuño Samaniego, autor de la tesis "Diseño de packaging para café", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Diseñador Gráfico. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 17 de octubre del 2013

Javier Ortuño  
0104972880

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Ángel Javier Ortuño Samaniego, autor de la tesis "Diseño de packaging para café", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 17 de octubre del 2013

Javier Ortuño  
0104972880

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

## INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Cuenca existe una variedad de microempresas dedicadas a la distribución propia de café, ya sea este preparado de forma líquida o molida; los mismos que por ser microempresas no brindan la protección adecuada en su producto, siendo este una opción principal.

Por parte del Curso de Graduación 2013, Facultad de Artes de la Universidad Estatal de Cuenca, surgió el deseo de apoyar a uno de los locales en la creación de un envase para su producto.

Se propuso este proyecto tomando como base que existe una gran demanda de café, por lo que la tesina se centra en el desarrollo de un envase para la distribución de café; sobre esto es necesario elaborar un marco teórico como soporte para la presente tesina.



## CAPÍTULO I: EL CAFÉ

### 1.1 DEFINICIÓN

### 1.2 CARACTERÍSTICAS

### 1.3 TIPOS



## CAPÍTULO I: EL CAFÉ

### 1.1 DEFINICIÓN



Figura 1. Frutos de café  
Fuente: Plantasmedicinales.net

Cafeto es el nombre de una planta, por ende a su semilla se le da el nombre de café, su medida promedio es de un centímetro y posee un color amarillo verdoso. (WordPress, 2013).

Por su extensión comercial, también se lo conoce como café a la bebida de esta semilla, ya que se la obtiene después de tostado y molido.



Figura 2. Taza de café  
Fuente: Plantasmedicinales.net

### 1.2 CARACTERÍSTICAS

El café posee cuatro características, las cuales varían dependiendo del lugar donde se cosecha, convirtiéndose en fundamentales para la elección de este producto y son: el aroma, la acidez, el cuerpo y el sabor.

#### 1.2.1 El aroma

El aroma es tan importante como el mismo sabor del café y es considerado como el perfume que despierta el ánimo; muchas personas antes de tomarlo aspiran profundamente su aroma para determinar las variaciones que éste pueda tener, como la cantidad de amargura, acaramelado, tostado, terroso, etc.

#### 1.2.2 La acidez

Esta característica es propia al momento de saborear el café, se la siente en los bordes de la lengua y en el paladar. Sin la acidez del café, éste vendría a ser insípido. Cabe recalcar que la acidez no es lo mismo que lo agrio del café.

### 1.2.3 El cuerpo

Tiene relación con lo cremoso, peso y grosor que se siente al momento de tomar café; el cuerpo dependerá de la cantidad y la calidad de aceites que tenga el café. No tiene que ser muy líquido porque hay que sentir su contextura en el sabor.

### 1.2.4 El sabor

El sabor es la mezcla perfecta del cuerpo, la acidez y el aroma; es catalogado como la personalidad del café y puede ser acaramelado, terroso, etc. (Sweet & Coffee, 2013).

## 1.3 TIPOS - CAFÉS ESPECIALES

Rumiñahui Duchicela propietario de Café de Ñucallacta, menciona que cuando se habla de café, hablamos de dos tipos de café, uno está basado en las certificaciones sostenibles (certificación orgánica, comercio justo, amigable al pájaro), otro son las propiedades organolépticas (tiene buen sabor en la taza), se basa en lo que es el aroma, fragancia, acidez, dulzura, uniformidad, balance y gusto; estos son **el café arábica y el café robusta**.

Los cafés de buenas propiedades organolépticas son de la clase arábica. En la familia arábica existen subdivisiones, lo que es la típica, bourbon, cattura, pacas, maragogype; entre estas subdivisiones se puede hacer híbridos. Esta forma de hibridación se realiza más en Centroamérica. En nuestro país lo que más existe es la típica, debido a que los holandeses lo trajeron de África hacia América latina, lo plantaron en el Caribe y poco a poco se fue difundiendo por toda América.

El café típica de la familia arábica es un café especial debido a sus propiedades organolépticas, dichas propiedades son obtenidas por el estrés que sufre la semilla, como el sol en el día, mucha sombra en la noche, el invierno, el verano y en altura como menos oxígeno; es decir, cualquier cosa que estresa a la planta produce un mejor sabor en la semilla, la razón es que la planta cuando siente que se va a morir trae todos sus nutrientes a la semilla.

Por estas razones el café de altura es apreciado; cuando se tuesta este café lleva más tiempo de tostado que el de baja altura, debido a que el grano es mucho más denso.

La típica de la arábica, es la especie que más posee el Ecuador. En nuestro país también existe la familia de café robusta, este tipo de café es poco productivo y altamente resistente a enfermedades, pero en cambio no posee buenas propiedades organolépticas, su sabor es muy diferente al arábigo.

El café robusta tiene mucho más cafeína (2% – 4.5%) en comparación con el café arábigo (1% – 1.8%), pero es bastante más barato debido a sus bajas propiedades organolépticas; este tipo de café es utilizado por las industrias de café soluble instantáneo. (Fincaalta.com, 2013).

Actualmente en el Ecuador existen plantaciones del 64% de café arábica y 32% de robusta, y la producción de café en nuestro país es de 600.000 quintales por año, es un equivalente al 10% de las producciones de nuestros países vecinos.

En el mercado existe una mayor demanda del café instantáneo, cuyo producto proviene de la selva noreste del Ecuador como Sucumbíos, Napo, Orellana, y también proviene de la zona de Manabí y Esmeraldas.

Álvaro Noboa ha liderado el café soluble, posee plantaciones, procesa, embotella y lo vende a Alemania e Inglaterra, convirtiéndose en una industria fuerte. Debido al poco cultivo de café robusta para la industria soluble que existe en nuestro país, se ha optado por importar la misma cantidad de café que la que se exporta, producto que es importado desde Vietnam y Brasil.

El café de altura en el Ecuador se encuentra en las partes extremas bajas de los Andes, ya que es una altura ideal para su cultivo; eso significa que en las zonas de Loja, Zamora Chinchipe y el Oro se obtendrá un excelente cultivo de café, razones

por las que el café de Zamora y de Loja son muy conocidos en nuestra ciudad. Otras zonas de cultivo de café de altura son al noroccidente de Pichincha, Imbabura y un poco en Carchi; existen más zonas altas en las cuales se cultiva café para consumo doméstico.

En el proceso de cosecha: primero florece, después llega la lluvia y cada flor se transforma en grano también conocido como cereza, el grano tarda de 34 a 36 semanas en madurar; en el tiempo de cosecha no se escoge el grano muy verde ni muy maduro, es como cualquier fruto. Al escoger el grano de café es un punto clave donde se cambia el sabor y hace referencia a la pos cosecha. En la pos cosecha hay dos procesos: uno se llama natural o bola, que es el proceso donde se escoge el grano de café y se deja secar inmediatamente; el otro proceso es el despulpado o lavado, como su nombre lo dice, se procede a sacar la semilla del interior del grano y se lo deja secar por un tiempo de 16 a 20 horas, luego de este tiempo se coloca en unas mallas y se le deja secar por una semana a una altura de 1 m. sobre el suelo.

Hay que evitar el secado excesivo debido a las pérdidas de propiedades al momento de tostar y también evitar que esté muy húmedo por que puede producir moho u hongos.

El tueste también cambia las propiedades del café, es decir si el tueste es de menor tiempo y por ende la semilla es de color claro, se prueba más el sabor del café y posee sus propiedades naturales como dulce, de calidez, de cuerpo o cremoso; pero si el tueste es de mucho más tiempo y por ende la semilla es de color más oscuro, se prueba los azúcares del café, tiene un sabor menos ácido, como de chocolate amargo, porque la semilla tiende a quemarse un poco.\*

---

\* Comunicación personal del Señor Rumiñahui Duchicela, Propietario de “Café de Ñucallacta”, Cuenca-Ecuador, Agosto 2013.



## CAPÍTULO II: EL ENVASE

### 2.1 DEFINICIÓN

### 2.2 CARACTERÍSTICAS

### 2.3 MATERIALES

### 2.4 EL COLOR

## CAPÍTULO II: EL ENVASE

### 2.1 DEFINICIÓN

En el mundo del diseño, las funciones como envasar, embalar, empaquetar, envolver y empacar son englobadas con la palabra Packaging. (Denison, 2007).

Se define como envase a cualquier recipiente o envoltura en el cual esté contenido el producto para su venta, almacenaje o transporte; por su relación con la mercancía, el envase es el contenedor que está en contacto directo o indirecto con el producto, por lo que su función es la de proteger, guardar, conservar e identificar al producto que contiene, a la vez que facilita su manejo, transportación y comercialización. (Vidales, 2003).

### 2.2 CARACTERÍSTICAS

De acuerdo al proyecto de monografía se hace referencia al tema de los envases, por lo que Ma. Dolores Vidales (2003), en su texto señala que desde sus inicios el envase se ha convertido en un elemento de gran beneficio para el ser humano; contener, proteger, conservar, transportar e informar productos son características funcionales por las cuales el ser humano se ha motivado a elaborar envases.

**Contener** es la función que delimita y separa al producto del medio ambiente, lo mantiene en un espacio y volumen específico, y permite manipular el producto sin llegar a tocarlos de manera directa.

**Proteger** es la función de aislar el producto de factores que pueden causarle alteraciones y en otras circunstancias protege al consumidor del propio producto.

**Conservar**, permite que el producto no sufra cambios y pueda mantenerlo en un estante por mucho tiempo.

**Transportar** es la actividad donde el envase debe mostrar resistencia para que el producto llegue en buenas condiciones.

**Informar** es la función de comunicación para ser vistos, diferenciados, memorizados y deseados; es la función más compleja debido a que tiene que cubrir varios niveles. Siempre deben estar presentes las funciones básicas de comunicación al ojo del consumidor, ya sea por ley o costumbre el nombre del producto, contenido, dirección, forma de uso y preparación.

Las empresas productoras de café consideran al envase como el elemento predominante de sus estrategias de mercado, debido a que es la primera impresión que se lleva el cliente tanto sobre el producto como sobre la empresa.

El café, debido a sus características, necesita de un envase que garantice la protección de sus cualidades. De acuerdo a la relación de contacto que existe con el producto, Vidales clasifica al envase en: primario, secundario y terciario, donde cada uno de estos tiene diferente función de acuerdo a las propiedades de uso.

Envase primario es el elemento que está en contacto directo con el producto; envase secundario es el elemento que sujeta uno o varios envases primarios, cumpliendo la función de proteger, informar e identificar lo que se muestra; y envase terciario es el sujetador de los envases anteriores, ya que por medio de éste se facilita la distribución, unificación y amplía la protección del producto.

**Según sus propiedades físicas.** De acuerdo al material o las propiedades físicas de los envases, existen los rígidos, semirrígidos y flexibles. Esta definición es en base a la resistencia que ofrecen los materiales al momento de su distribución y carga.

Vidales cataloga al envase rígido como el elemento difícil de modificar y que puede ser apilado con varios elementos sin llegar a sufrir daños, como es el caso de los envases de vidrio. A diferencia, el envase semirrígido posee una menor resistencia

a la compresión, sin embargo puede presentar un aspecto similar al de un envase rígido cuando no es sometido a estos esfuerzos. (Vidales, 2003).

Un envase flexible no es apilable, no tiene resistencia, pero es práctico para productos de fácil manejo.

## **2.3 MATERIALES**

El café que se ofrece actualmente en el mercado está incorporado en envases flexibles como el papel, polipropileno, poliéster, poliéster metalizado, aluminio y polietileno. A continuación una descripción de estos materiales.

### **2.3.1 Papel**

Es el material más antiguo utilizado para el envasado de café, es de fácil impresión, ofrece una imagen artesanal o tradicional del producto.

### **2.3.2 Polipropileno**

Rollo de plástico muy brillante y transparente, con una buena resistencia mecánica. En el mercado podemos encontrar innumerables tipos de polipropileno, aunque los transparentes y los metalizados son los más comunes.

### **2.3.3 Poliéster**

Material plástico transparente, brillante, estable que permite una buena impresión; actúa como una excelente barrera para los gases, por lo que representa uno de los materiales más adecuados para aislar totalmente el producto envasado.

### **2.3.4 Poliéster metalizado**

En su proceso de metalización, se le da a la película una buena característica de impermeabilidad al oxígeno, incluso se consigue un efecto visual idéntico al aluminio.



### 2.2.5 Aluminio

Impermeable al vapor de agua, efectivo contra gases y contra la luz, una de las cualidades poco conocidas del aluminio es su memoria para mantener los pliegues que forman las aristas de los envases en forma de bolsa, siendo este hecho muy ventajoso para las máquinas automáticas de envasar.

### 2.2.6 Polietileno

Es la película menos noble de todos, pero sin embargo es el material más utilizado para la fabricación de las partes interiores de los complejos destinados al envasado de café. (Sánchez, 2013).

## 2.4 EL COLOR

La paleta de colores a utilizar en la realización de este envase es la de los marrones, debido a que son los colores que obtiene el café al momento de su tueste, además son los colores que demuestran tradición y lo artesanal.

Si el café está envasado en un paquete de color marrón, aumenta su sabor y su aroma. Si el envase es rojo, disminuye el sabor y, si es azul, el consumidor percibe un café mucho más suave. (Gimferrer, 2013).

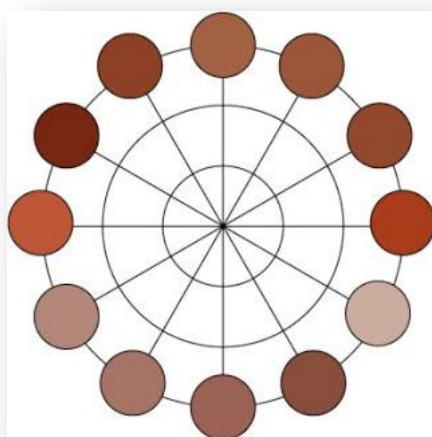


Figura 3. Color Marrón  
Fuente: Sobrecolores.com

Marrón viene de la palabra francesa “*marron*” que tiene por significado “castaña”, es la razón por la que a este color se lo conoce como castaño, café o canelo. Según su tonalidad, el marrón tiene diversas asociaciones y una de ellas es lo acogedor; en el caso del sabor nos recuerda al color del café tostado, a lo apetitoso, al intenso aroma del café. (Subirats, 2008).

En la figura 3 se muestra algunas de las variaciones de los colores marrones.

A estos colores marrones se los adiciona el color verde, debido a que es el primer color que obtiene el producto cuando desarrolla el cerezo y además es el color que posee el café (producto) al momento de retirar la cascarilla seca (pergamino) para su tueste. Se emplea también el color negro, debido a que si el café está más tiempo en el proceso de tueste, éste tiende a hacerse más oscuro.



En la figura 4 observamos algunas de las variaciones del color verde que puede emplearse en la gráfica.

Figura 4. Paleta de variaciones del verde.  
Fuente: Luciano Moreno

## CAPÍTULO III: PROCESO DE DISEÑO

### 3.1 ANÁLISIS

### 3.2 BOCETAJE

### 3.3 APLICACIÓN

## CAPÍTULO III: PROCESO DE DISEÑO



Figura 5. Envase de café Ñucallacta.  
Fuente: El autor.

### 3.1 ANÁLISIS

Antes de empezar a analizar las características del producto que debe proteger el envase y el material en que debe ser construido el mismo, analizaremos el envase que es distribuido actualmente en el local “Café de Ñucallacta”.

Se observa que el envase actual es de material plástico, material que lo protege contra la humedad pero no da ninguna protección contra la luz, además la marca está colocada de forma adhesiva en el envase; este envase no proyecta las características de lo tradicional del local sino lo tecnológico, no posee una gráfica que lo identifique; son las razones que se mejorarán por medio de esta tesis.

#### 3.1.1 Del producto

Con la información obtenida del producto, se sintetiza que el café soporta varias semanas después de cogerlo en grano, conservando ilesas sus características; pero una vez tostado, pierde su fortaleza esencial y se inicia el proceso de degradación, los aceites que se hallan alrededor del grano comienzan su oxidación dañándolo hasta tomar un sabor agrio. Entonces, los factores que hacen perder la calidad del producto son: la pérdida del aroma, aumento de la humedad y la oxidación química.

**La pérdida del aroma** se da en el proceso de tostado por la razón de que el aroma escapa, entonces una vez tostado el café y sin la protección necesaria, se debe consumir lo más pronto posible para evitar una pérdida superior del aroma.

Luego de haber tostado el café, éste posee un porcentaje mínimo de **humedad**, el cual puede convertirse en moho sin la protección adecuada; también posee aceites

y grasas, que juntándose con el oxígeno provocan su **oxidación**, dicha oxidación es favorecida por la humedad, cambios en la temperatura y la luz. (Gaitán, 2013).

Estas son los requisitos fundamentales que el envase debe cubrir para una óptima conservación del café y sus características.

### 3.1.2 Del envase

El envase es el elemento principal en la comercialización de los productos, éste debe ser el que genere motivación cuando el consumidor desea elegir un producto presentado por marcas diferentes; es por ello que radica en él la importancia para que éste pueda vender, informar y proteger los productos.

Dentro del diseño de envases, el campo de la alimentación es uno de los más importantes debido a que hoy en día los alimentos difícilmente se pueden vender sin envasar. Un envase debe ser capaz de mantener las propiedades nutricionales de los alimentos, así mismo reducir las pérdidas del producto al protegerlo contra la descomposición.

Entonces, de acuerdo a los factores que hacen perder la calidad del producto, el envase debe ser:

**Impermeable**, formando una barrera contra el oxígeno, otros aromas existentes y la humedad.

**Resistente y durable**, a prueba del tiempo, cambios de temperatura y el maltrato en la venta.

**Flexible**, para facilitar el proceso de llenado y sellado.

Otros factores que debe cumplir son: **de presentación llamativa** para el consumidor, **económico y liviano**.

Después de hecho el análisis del producto junto a los factores que el envase debe cumplir, se deduce que el material óptimo a utilizar en el envase es el aluminio y el papel craft, debido a que el aluminio cumple con la protección al vapor de agua (humedad), efectivo contra gases y contra la luz; y el papel craft es liviano, demuestra tradición y una producción artesanal, tal como se observa en el registro fotográfico (ver anexos). Cabe recalcar que serán láminas de aluminio muy delgadas.

Una vez obtenido el tipo de material para el diseño del envase, se destaca que los colores a utilizar serán los propios del producto, ya que son los que lo simbolizan y representan una estética tradicional y su forma de producción.

El envase, debido a la flexibilidad que da el material, no será apilable en línea vertical, pero sí se apilará en forma horizontal, por lo que poseerá una base para lograr el equilibrio necesario.

### Homólogos



Figura 6. Envases homólogos.  
Fuente: Fotografías del autor.

Actualmente existen en el mercado diversas marcas que comercializan café; en este mercado se pueden identificar diferentes tipos de empresas, las mismas que distribuyen y comercializan sus productos mediante las cadenas de supermercados y tiendas alimenticias, posicionando sus productos a través del reconocimiento de

las marcas. El café presenta una competencia marcada entre Juan Valdez, Café Cubanito, Café Vélez entre otros, por lo que se analizan estos envases.

El material de los tres envases es el polietileno, con formas rectangulares, no son reciclables, no muy ergonómicos, son flexibles, no son apilables, poseen un peso ligero debido al material en que son contruidos, permiten el sistema de volver a cerrar, excepto el café Cubanito.

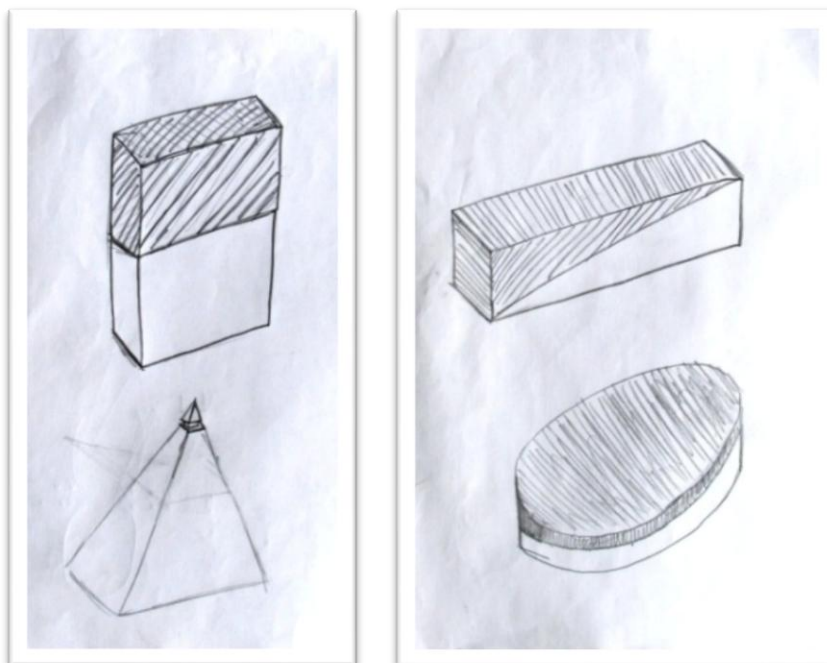
En cuanto a la gráfica, todos poseen nombre del producto, identificación y domicilio del fabricante, el contenido o peso, instrucciones para una buena preparación, el tipo de producto, uso mínimo de elementos gráficos, graficas ilustradas.

### 3.2 BOCETAJE

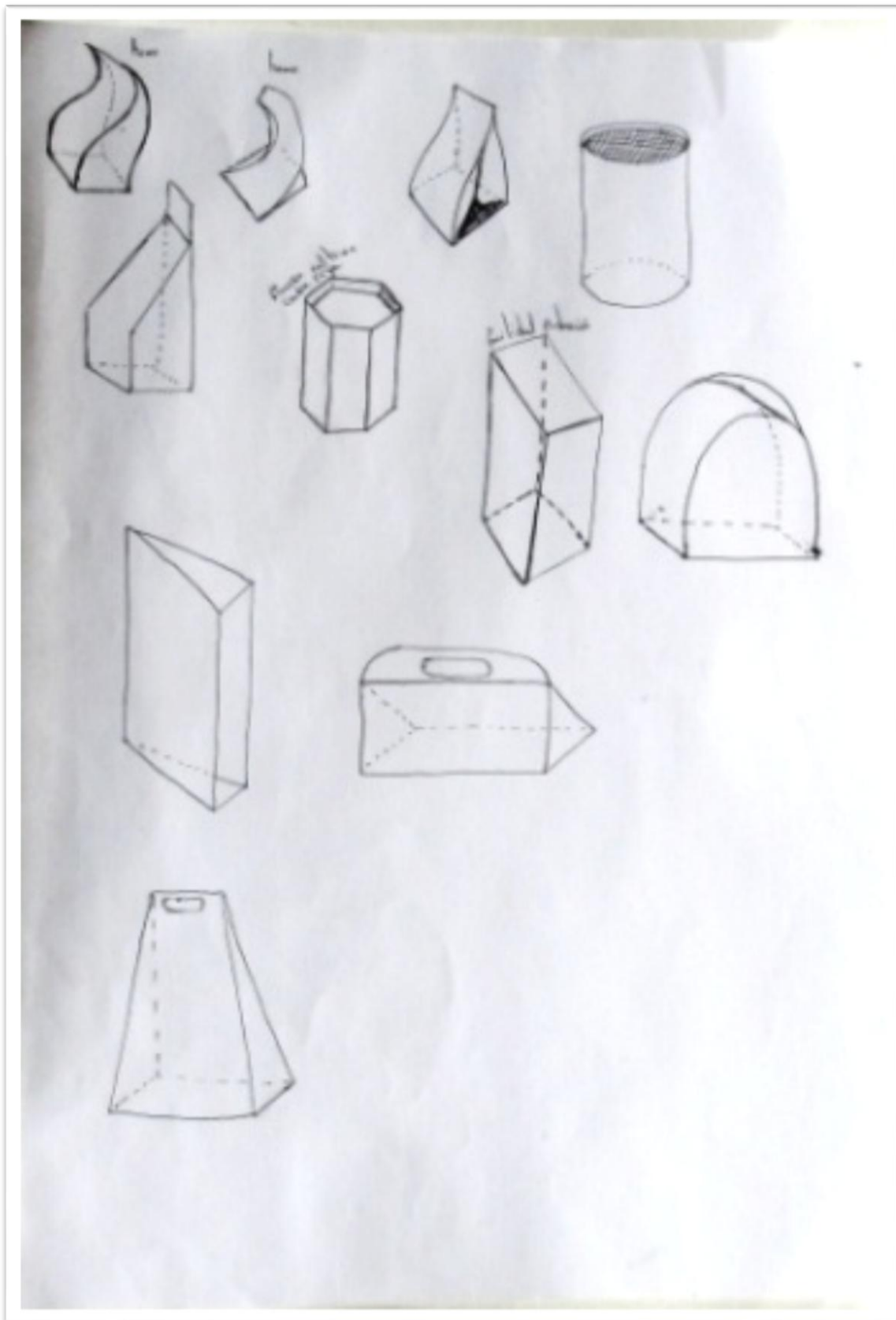
Para empezar el bocetaje se toma en cuenta que todo el proceso, hasta llegar a obtener el café tostado, se lo realiza de manera artesanal (ver anexos).

#### 3.2.1 Bocetos del envase

Se inicia con una serie de bocetos a lápiz, dando una forma nueva para el mercado

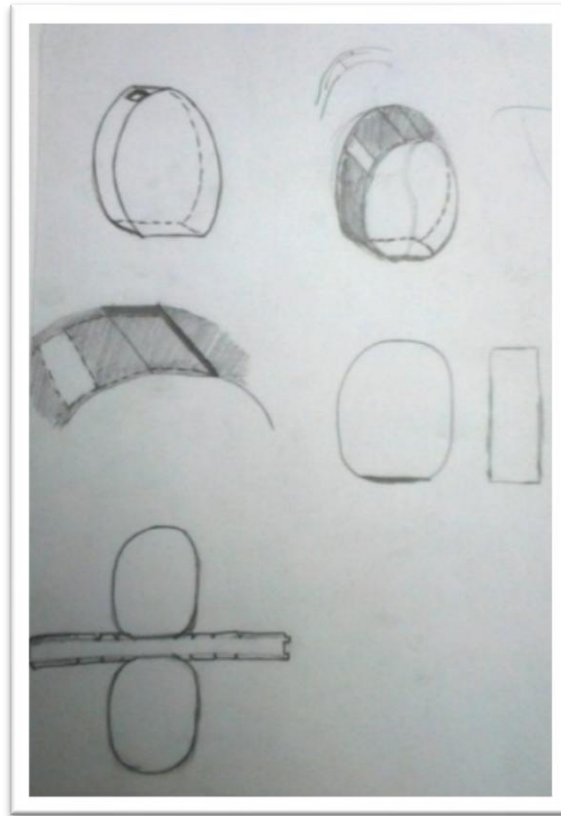








Luego de haber realizado los bocetos, se elige uno en relación con el producto, se estructura la forma y se realiza su maqueta, ya que la confección de maquetas es una manera rápida y eficaz de visualizar los conceptos de diseño. (Stewart, 2008).



Una vez realizado el prototipo con esta forma, el inconveniente es el proceso de cerrado, por lo que se opta por otro modelo. Se realiza el boceto del siguiente modelo, de igual manera se hace su troquel respectivo y se realiza su construcción y funciona.



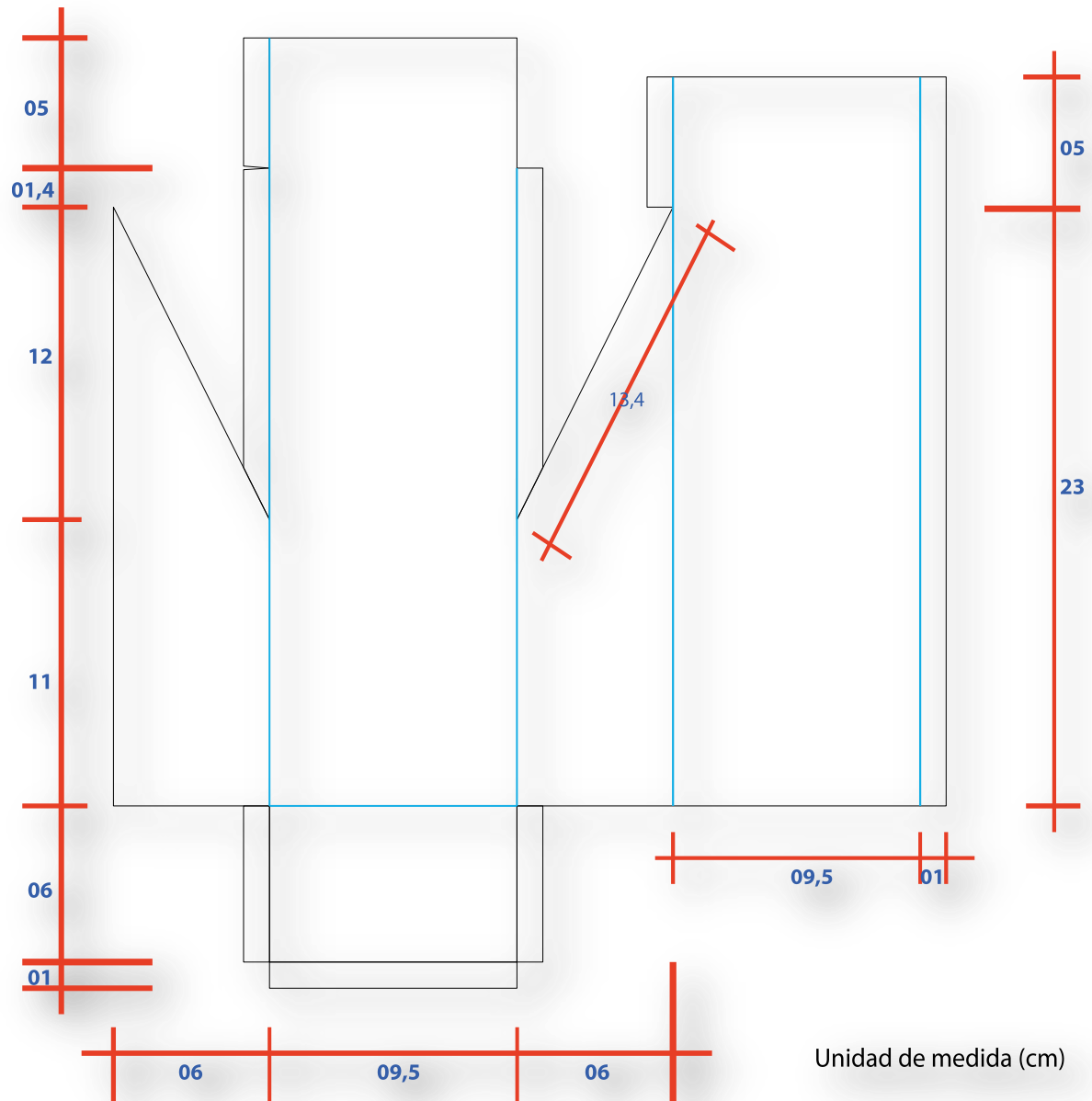
Pero es un modelo que se realiza comúnmente, por lo que no es favorable y se realiza nuevamente otro boceto.

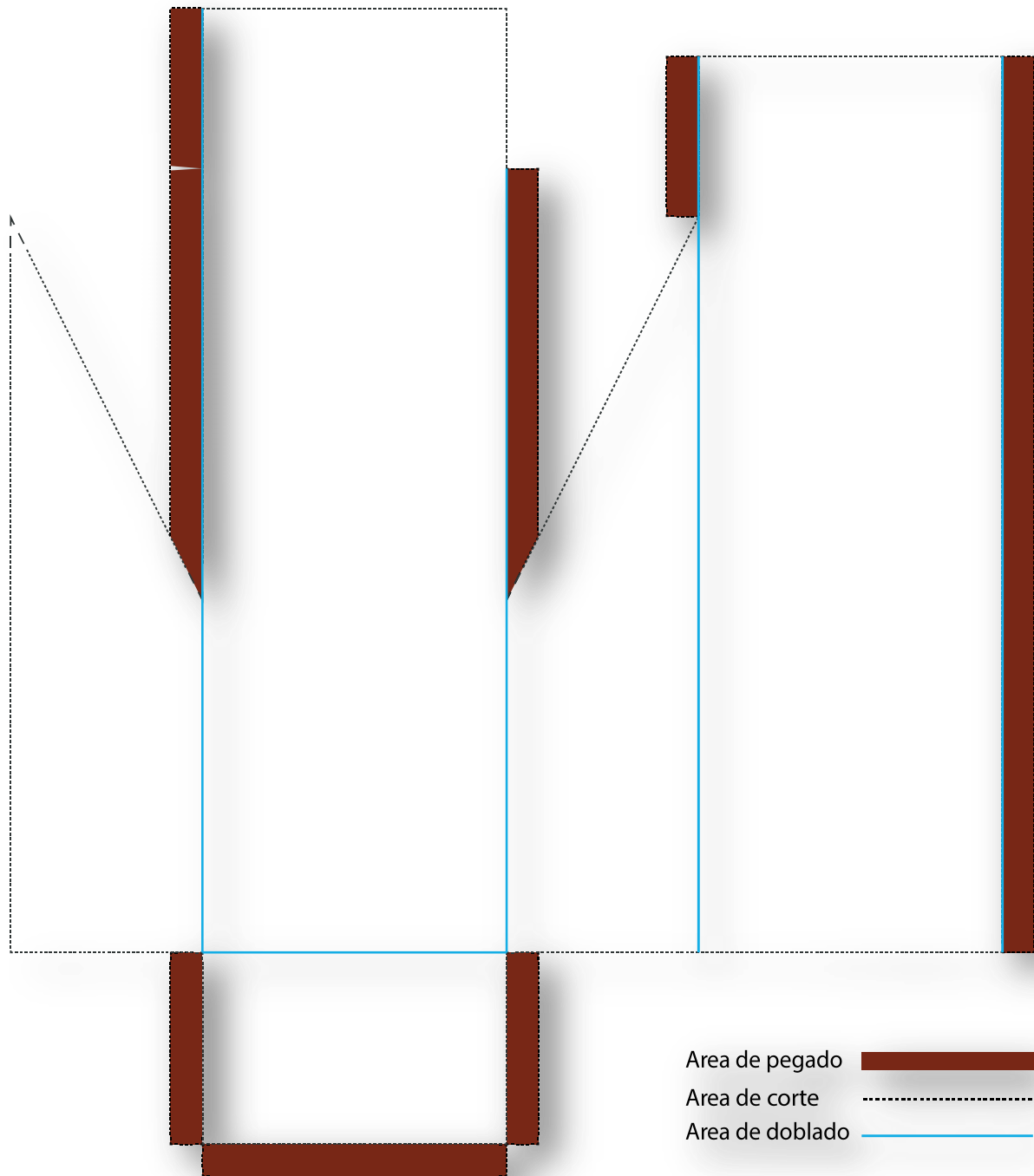
Una vez obtenido el boceto, de igual manera que los prototipos anteriores, se realiza el troquel respectivo y su construcción; una vez construido el prototipo se analiza su funcionalidad, ergonomía y estética.



Este modelo es el seleccionado debido a que cumple con lo analizado anteriormente y por su relación de altura con el café. Entonces, realizamos la plantilla del envase tomando en cuenta que la cantidad de producto será de 400g.

### 3.2.2 Plantillas del envase





### 3.2.3 Ilustración

Luego de haber obtenido el envase, empezamos a desarrollar su ilustración, para lo cual realizamos bocetos del producto, bocetos de su cultivo y bocetos de sus derivados para sacar sus elementos significativos.







Escogemos las que más tienen relación y las que son más diferentes a las ilustraciones de los envases actuales y las digitalizamos dándole un tipo de línea artesanal y desgastada con relación a la forma artesanal del proceso de tostado del café.









De estas ilustraciones digitalizadas, seleccionamos las que son adecuadas para el envase, pero a la vez incorporamos la ilustración del lugar más significativo de la ciudad de Cuenca, debido a la frase que mantienen en el local “Orgullosamente tostado en Cuenca, Ecuador”.

### 3.2.4 Tipografía

Para los textos que incorporemos en el envase utilizaremos una tipografía similar a la del logotipo, ya que este tipo de letra demuestra lo tradicional, se adapta al medio y al tiempo en el que viven. (Laham, 2011).


#### *Monotype Corsiva*


*A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z*

*a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z*

*1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 0.*

### 3.3 APLICACIÓN

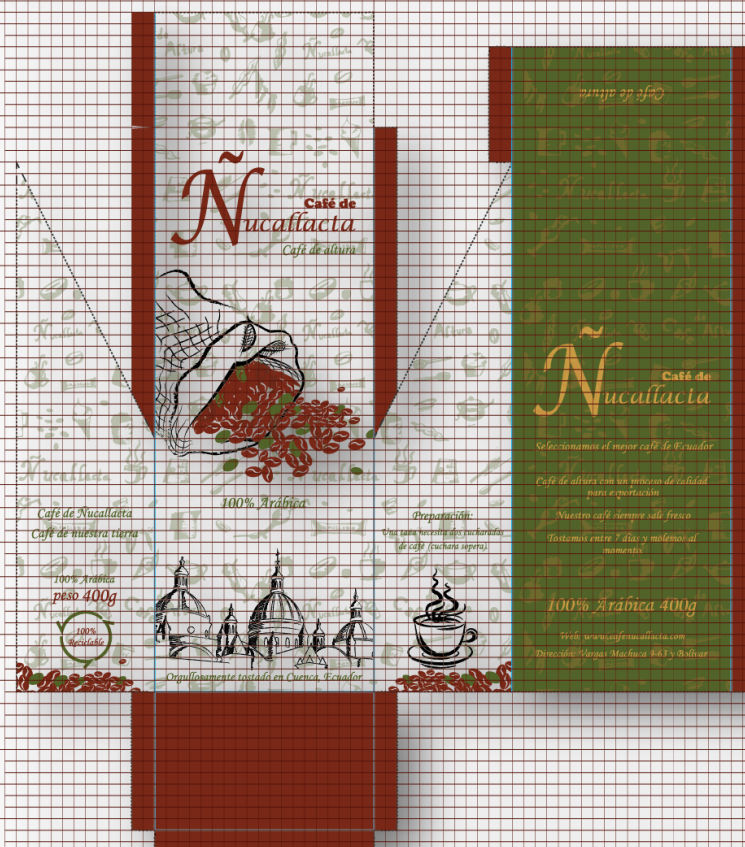
Color marrón, número hexadecimal **#782716** 

Color marrón, número hexadecimal **#c4783d**  modo de fusión = **Aclarar**

Color verde, número hexadecimal **#506228** 

Color verde, número hexadecimal **#506228**  opacidad = **30%**

Diagramación sobre cuadros de 5mm c/u



### 3.3.1 Plantilla con gráfico



### 3.3.2 Presupuesto

Tamaño (Grs)	Precio/unidad Precio/ USD Cant: 1000	Precio/unidad Precio/ USD Cant: 2000	Precio/unidad Precio/ USD Cant: 5000	Precio/unidad Precio/ USD Cant: 10000
400 gr	\$ 0,437	\$ 0,346	\$ 0,288	\$ 0,288
Valor total	\$437,00	\$ 692,00	\$ 1440,00	\$ 2880,00

### 3.3.3 Producto final





## CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 CONCLUSIONES

### 4.2 RECOMENDACIONES

## CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 CONCLUSIONES

En conclusión puedo indicar que el diseño del nuevo envase tuvo una doble faceta, la primera comprendió el diseño de la estructura y la segunda el diseño de la gráfica. Las dos facetas pasaron por una serie de propuestas, ya que mediante éstas se pudo llegar a su determinación.

Fue de suma importancia la investigación bibliográfica y el punto de análisis, pues por medio de estos se llegó a conocer sus virtudes y defectos, para proponer un envase que presentara ventajas y soluciones.

Para la evaluación del envase fue necesaria la realización de modelos, a través de estos se comprobaron las medidas y la funcionalidad del envase. Se puede decir que por medio de la investigación del producto, del envase y el análisis, fue posible cumplir con el objetivo general del proyecto: Diseñar un envase para café, implementando como gráfica elementos del producto.

Con el diseño del nuevo envase se pretende mejorar las condiciones actuales del producto y ofrecer soluciones a las deficiencias que éste presenta. En base a la investigación previa se determinó que el café resulta ser un producto de calidad, de fácil preparación, por lo que es necesario que llegue al consumidor en condiciones óptimas.

El envase cumple con las condiciones necesarias para conservar el producto hasta llegar al consumidor, protegiéndolo de los factores que producen su deterioro. Por tratarse de un envase flexible, además de las propiedades de barrera que ofrece, resulta ser un envase ligero, práctico y económico, factores importantes para el consumidor que hoy en día busca soluciones prácticas.





El desarrollo de este proyecto de tesis permitió también la aplicación y evaluación de la metodología utilizada, de lo cual se puede decir que resulta de gran utilidad para el diseño de envases, siguiendo un proceso estructurado a través de sus diferentes fases. De igual manera permitió la aplicación de los conocimientos adquiridos como Diseñador Gráfico, dejando además la experiencia del trabajo multidisciplinario, lo cual muestra claramente las diversas áreas con que se relaciona el diseño.

## 4.2 RECOMENDACIONES

Este proyecto de tesis está enfocado únicamente para la distribución de café del local “El café de Ñucallacta”, por lo que se recomienda la realización de trabajos futuros en la implementación de una válvula desgasificadora para ser expuesta en los comisariatos y otro tipo de mercado.

También se recomienda el desarrollo del envase secundario o embalaje para proteger y distribuir el producto hacia los diferentes puntos de venta, conforme a que la microempresa va en crecimiento; también será necesario un exhibidor que cumpla con las condiciones necesarias para que el envase pueda ser mostrado de manera total.



## BIBLIOGRAFÍA

Denison, Edward (2007). *Prototipos de packaging*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España.

Finca Alta (Julio 2013). *Café Arábica y Robusta*. Disponible en:  
<http://cafefincaalta.com/blog/cafe-arabica-y-robusta/>

Gaitán, Ricardo (Agosto 2013). *Empaque con aroma de café*. *Revista de Logística*.  
Disponible en: <http://www.revistadelogistica.com/empaque-con-aroma-de-cafe.asp>

Gimferrer Morató, Natália (Agosto 2013). El color de los envases y su efecto en el sabor. Eroski Consumer. *Revista Consumer.es*. Disponible en:  
<http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/ciencia-y-tecnologia/2013/01/23/215414.php>

<http://plantamedicinales.net/category/cafe>

Laham, Silvia (2004). *Diccionario Grafológico*. Disponible en: <http://www.silvia-laham.com.ar/grafologia-glosario.htm>

Moreno, Luciano (2004). *Teoría del color. Estudio de algunos colores I*. Disponible en: <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1527.php>

Sánchez, Lorenzo (Agosto 2013). *Envases comerciales para café*. Disponible en:  
[http://www.forumdelcafe.com/pdf/f\\_09-envases.pdf](http://www.forumdelcafe.com/pdf/f_09-envases.pdf)

Stewart, Bill (2008). *Packaging, manual de diseño y producción*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España.





Subirats, Francesc (Agosto 2013). *Color Marrón*. Disponible en:

<http://sobrecolores.blogspot.com/2008/10/color-marrn.html>,

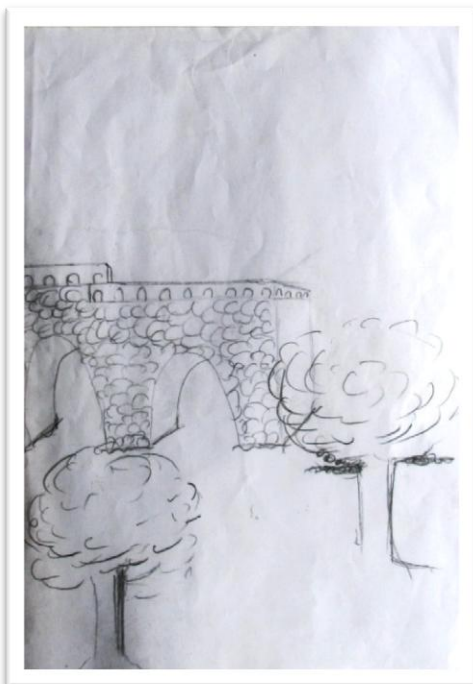
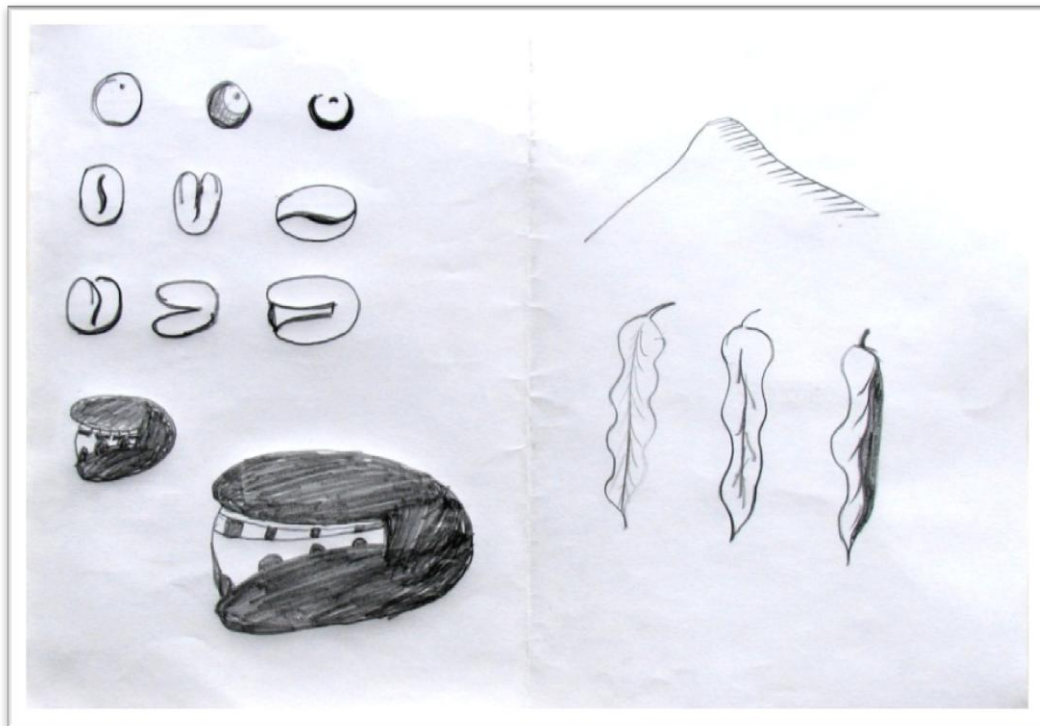
[sweetandcoffee.com.ec/?tag=caracteristicas-del-café](http://sweetandcoffee.com.ec/?tag=caracteristicas-del-café). Julio 05/2012.

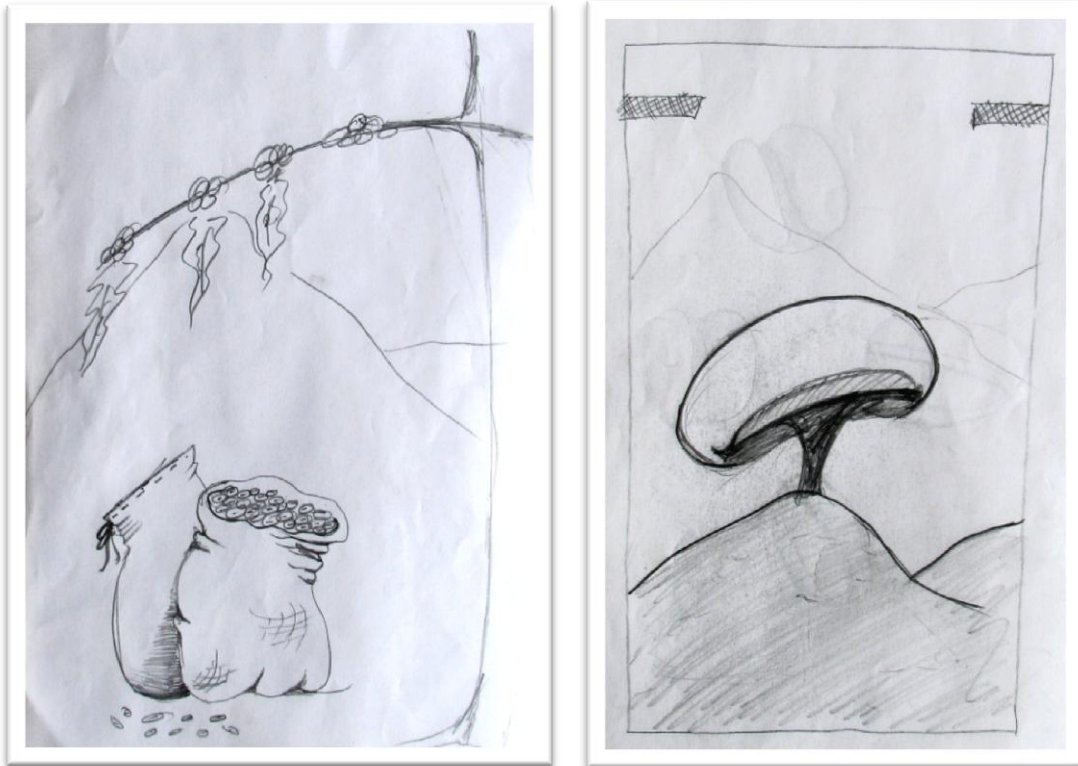
Vidales Giovannetti, María Dolores (2003). *El mundo del envase*. Ed. Gustavo Gili, México.

WordPress.org (2013). Definición.de/café/

## ANEXOS

### ANEXO 1. BOCETOS DE ILUSTRACIONES





## ANEXO 2. REGISTRO FOTOGRÁFICO.

### PROCESO DE TOSTADO









## ANEXO 3. REFERENTE DE PRECIOS



**SWISS PAC Pvt. Ltd.**  
Your Flexible Packaging Partner

### F. Bolsas de Fondo Plano con Zipper



Colores Disponibles	250gm	500gm	1000gm
Bianco Brillante			
Negro Brillante			
Plastado Mate			
Medidas (Ancho x Alto x Fuelle de Fondo) mm	140x210x70	150x230x80	195x290x90
Unidades por Caja			
Peso por Caja			

Las castillas marcadas en azul corresponden a los colores disponibles en stock.

### G. Bolsas de Fondo Plano en Papel con zipper



Colores Disponibles	250gm	500gm	1000gm
Papel Kraft			
Medidas (Ancho x Alto x Fuelle de Fondo) mm	140x210x70	150x230x80	195x290x90
Unidades por Caja			
Peso por Caja			

### H. Precios Bolsas de Fondo plano (Papel/Plástico)

Precio aplica para Centro y Sur América. NO aplica para México

Tamaño (Grs)	A x A x Fuelle	Precio/unidad Precio (USD) Cant: +1000	Precio/unidad Precio (USD) Cant: +2000	Precio/unidad Precio (USD) Cant: +5000	Precio/unidad Precio (USD) Cant: +10,000
250 gr	140x210x70	\$0.367	\$0.38	\$0.345	\$0.231
500 gr	150x230x80	\$0.437	\$0.346	\$0.288	\$0.288
1000 gr	195x290x90	\$0.511	\$0.465	\$0.393	\$0.39

Para empaque de Café ofrecemos bolsas con válvula desgasificadora. Por favor agregar USD 0.05 al precio unitario si desea bolsas con válvula.

Vadodara – Jambuser National Highway | At: Dabhava Village | Pedra – 391 440 | City. Vadodara  
Gujarat State | INDIA | Ph. +91-2662-244057, 244058, 244466, 244477 | Fax. +91-2662-244057, +91-265-2334288  
Website: [www.swisspack.co.in](http://www.swisspack.co.in) Email: [info@swisspack.co.in](mailto:info@swisspack.co.in)